

VU Research Portal

Wat maakt prijsvechters zo goedkoop?

Pels, E.; Keyser, E.; Rietveld, P.

published in

Economisch Statistische Berichten
2003

document version

Publisher's PDF, also known as Version of record

[Link to publication in VU Research Portal](#)

citation for published version (APA)

Pels, E., Keyser, E., & Rietveld, P. (2003). Wat maakt prijsvechters zo goedkoop? *Economisch Statistische Berichten*, (88), 246-247.

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal ?

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

E-mail address:

vuresearchportal.ub@vu.nl

Wat maakt prijsvechters zo goedkoop?

Auteur(s):

Keyser, E.

Pels, E.

Rietveld, P.

De auteurs zijn verbonden aan de Vrije Universiteit Amsterdam. apels@feweb.vu.nl

Verschenen in:

ESB, 88e jaargang, nr. 4404, pagina 246, 30 mei 2003

Rubriek:

Trefwoord(en):

Opvallende leuzen in de media attenderen reizigers op bodemprijzen voor vliegtickets. Dit roept de vraag op hoe prijsvechters in staat zijn om zulke lage ticketprijzen aan te bieden en of deze prijzen in alle markten worden aangeboden.

Aanbodzijde: kostenvoordelen

Prijsvechters zijn actief op markten voor korte afstanden die direct bediend worden. Ze hoeven dus geen ingewikkelde netwerken te onderhouden waarbij overstaptijden ingecalculeerd zijn. Door lagere omdraaitijden (tijd tussen aankomst en vertrek van een vliegtuig) en daardoor betere dagelijkse vliegtuigbenutting worden de vaste kosten van onderhoud, lease en verzekering over een groter aantal vluchten verspreid en de kosten per zitplaatskilometer aanzienlijk verlaagd. Doganis beschrijft de volgende posten waarop kostenvoordelen behaald worden¹. Een eerste pijler van de bedrijfsvoering is het vliegen op 'secundaire luchthavens', zoals Eindhoven in plaats van Schiphol, waarmee vaak goedkope overeenkomsten worden gesloten. Ten opzichte van conventionele maatschappijen bedraagt het voordeel van deze deals volgens Doganis' schatting zes procent. Vliegtuigmaatschappijen krijgen een kostenvoordeel van nog eens circa zes procent ten opzichte van conventionele maatschappijen door het niet gratis serveren van versnaperingen aan boord. Een kostenvoordeel van acht procent ten opzichte van conventionele maatschappijen wordt behaald door geen gebruik te maken van de diensten van reisagenten (voornamelijk commissiekosten). Boeken bij prijsvechters gaat bij voorkeur via de webpagina of via een call center. Verder verschuiven bij het boeken via het internet de kasstromen aanmerkelijk naar voren omdat creditcard gegevens direct moeten worden opgegeven bij het maken van een boeking. Het ticketloos boeken brengt verdere kostenbesparingen met zich mee. Een verdere kostenbesparing zit in het feit dat prijsvechten van slechts één type toestel gebruik maken, in de meeste gevallen een Boeing 737². Om meer mensen in het toestel te krijgen, bestaat er geen business class en worden stoelen dichter op elkaar gezet. Dit levert een kostenvoordeel op van zestien procent ten opzichte van conventionele maatschappijen, omdat het de kosten per zitplaatskilometer aanzienlijk vermindert. Onderhoud wordt normaliter uitbesteed. Dat levert nog eens een kostenvoordeel van twee procent op. Uitbesteding vindt ook plaats van zogenaamde 'stationactiviteiten'. Een kostenvoordeel van naar schatting tien procent wordt behaald door voor bijvoorbeeld grond- en check-in werkzaamheden derden in te schakelen.

Vraagzijde: prijszettingsgedrag

Om te testen of passagiers de lage kostenniveaus van prijsvechters ook gereflecteerd zien in structureel lagere prijzen, is gedurende een periode van vier maanden (vanaf 16 mei 2002) de prijsontwikkeling van EasyJet in twee markten gevolgd: één waar EasyJet nauwelijks concurrentie ondervindt (Londen-Aberdeen; zie figuur 1) en één waar veel concurrentie aanwezig is (Londen-Parijs; zie figuren 2a en 2b)³. In de grafieken zien we dat EasyJet verschillende prijsstrategieën hanteert op een route waar ze een monopoliepositie op heeft en een route waar andere maatschappijen actief zijn. Op de eerste route (Londen-Aberdeen) zijn de prijzen vanaf het begin van de periode van dataverzameling systematisch hoger dan Londen-Parijs, een verschil dat deels verklaard wordt door de langere afstand. Daarnaast is het opvallend dat de prijzen vanaf vijf weken voor vertrek fiks beginnen te stijgen, terwijl dat op de meer competitieve markt Londen-Parijs pas vanaf één week voor vertrek het geval is. Op 22 september, de dag voor vertrek, is de prijs van EasyJet op de monopolistische route 1 dan uiteindelijk bijna vijftig procent hoger dan op route 2. Prijsvechters zijn door een uitgekiende prijszettingstrategie en een kostenniveau dat ver onder dat van conventionele maatschappijen ligt in staat om grote concurrentievoordelen te behalen. Deze lage kosten lijken zich niet in alle markten ook te vertalen in lage prijzen. [Prijsvechters en netwerken in de Europese luchtvaart](#)

1 R. Doganis, The airline business in the 21st century, Routledge, Londen, 2001.

2 In dit verband is het opvallend dat EasyJet een groot aantal Airbus 319-toestellen heeft gekocht. Waarschijnlijk heeft men zo aanzienlijk op de aanschafkosten bespaard.

3 Voor details wordt verwezen naar de afstudeerscriptie E. Keyser, Low cost carriers: een analyse van marktperspectieven en prijszettingsgedrag, Vrije Universiteit Amsterdam, 2002.

